

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pertumbuhan ekonomi di Indonesia mengalami perkembangan dan kemajuan yang cukup pesat. Hal ini memberikan kontribusi yang positif terhadap pemulihan perekonomian Indonesia. Sejalan dengan perkembangan yang berlangsung di Indonesia saat ini dari tahun ke tahun proses pemenuhan akan kebutuhan hidup terutama yang menyangkut mengenai kebutuhan primer serta sekunder terus meningkat. Disisi lain, terjadi perubahan gaya hidup pada masyarakat dari tradisional ke modern sehingga terjadi perubahan pola belanja pada konsumen. Hal ini menyebabkan manusia yang berperan sebagai konsumen menginginkan proses pembelian barang-barang kebutuhan sehari-hari agar lebih mudah, dimana pada saat ini kita mengenalnya sebagai sebuah tempat belanja yang mudah dan langsung.

Menurut Soliha (2008: 130) supermarket adalah pasar modern tempat penjualan barang-barang eceran yang berskala besar dengan pelayanan yang bersifat *self service* kepemilikannya bisa dimiliki oleh satu orang atau lebih. Komoditi inti yang dijual adalah barang-barang rumah tangga, makanan, minuman, dan lain-lain. Semakin diterimanya eksistensi pasar swalayan atau minimarket di masyarakat, membuat banyak investor tertarik untuk menanamkan modalnya dalam bisnis tersebut. Untuk bisa bersaing atau menarik konsumen sebanyak mungkin, sebuah pasar swalayan atau minimarket harus dapat memberikan kepuasan kepada konsumen. Kepuasan

konsumen dapat dicapai apabila konsumen merasa semua kebutuhannya terpenuhi dan mendapatkan pelayanan yang dirasa konsumen cukup baik. Goenardhi (2011: 155) menyatakan bahwa, Konsumen memutuskan membeli dan mengkonsumsi produk bukan sekedar karena fungsi nilai awalnya, tetapi juga karena fungsi nilai sosialnya.

Keputusan pembelian merupakan perilaku yang dilakukan oleh individu-individu yang berbeda. Individu adalah konsumen yang berpotensi untuk membeli suatu produk tertentu yang ditawarkan oleh perusahaan atau ditemukan dipasar. Konsumen bebas memilih produk yang dibutuhkan atau diinginkan. Pasar sebagai pihak yang menawarkan berbagai produk kepada konsumen harus dapat menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen dalam pembelian, mengetahui persepsi konsumen dalam menilai sesuatu yang berpengaruh dalam pembelian sehingga pemasar dapat merancang strategi pemasaran yang sesuai dengan keinginan konsumen.

Agar konsumen tertarik untuk mengunjungi toko dan melakukan transaksi bukanlah hal yang mudah mengingat bahwa konsumen datang ke pusat perbelanjaan mempunyai tujuan dan motif yang berbeda mulai dari sekedar melihat-lihat, rekreasi atau khusus untuk berbelanja kebutuhan mereka (Mulyani, 2009: 100). Penting bagi perusahaan menyusun strategi yang tepat untuk memikat konsumen melakukan transaksi. Berbagai atribut yang dimiliki perusahaan merupakan potensi yang harus selalu diperhatikan dan dioptimalkan dalam menyusun strategi yang baik guna menarik konsumen. Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi konsumen dalam keputusan

pembelian pada suatu swalayan atau toko dianalisis melalui lokasi, pelayanan, harga, fasilitas dan keragaman barang Raharjani (dalam Mulyani, 2009: 100).

Universitas Muhammadiyah Surakarta merupakan Universitas swasta yang mempunyai mutu baik, sehingga banyak mahasiswa yang berasal dari berbagai daerah untuk menuntut ilmu di Universitas Muhammadiyah Surakarta. Mahasiswa yang berasal dari luar daerah, mereka memilih untuk sewa kost atau kontrakan untuk beristirahat. Hal ini dimanfaatkan oleh pengusaha-pengusaha untuk membuka usaha minimarket untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari mahasiswa dan masyarakat setempat.

Di kawasan kampus UMS terdapat berbagai toko atau minimarket yang menyediakan berbagai kebutuhan sehari-hari. Hal ini sangat menguntungkan konsumen, karena mereka mudah untuk membeli kebutuhan yang diinginkan. Salah satu minimarket yang berada di kawasan kampus adalah Minimarket Andina yang terletak di Jl. Menco, Pabelan, Kartasura. Dalam menjalankan strategi pemasarannya, penentuan lokasi sangatlah penting. Lokasi Minimarket Andina yang strategis dan mudah dijangkau oleh konsumen.

Alasan menggunakan Minimarket Andina sebagai tempat untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari karena harga produk-produk yang dijual terjangkau dan lokasinya sangat strategis yang terletak di tengah-tengah keramaian kampus, kost-kostan, dan perumahan warga, sehingga memudahkan pelanggan untuk menjangkaunya. Minimarket Andina banyak

dikunjungi oleh mahasiswa-mahasiswa dan masyarakat setempat untuk berbelanja kebutuhan sehari-hari.

Berdasarkan latar belakang di atas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “ANALISIS PENGARUH HARGA, PELAYANAN, LOKASI DAN KERAGAMAN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA MINIMARKET ANDINA”.

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka dapat diuraikan perumusan masalah sebagai berikut.

1. Apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada minimarket Andina?
2. Apakah pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada minimarket Andina?
3. Apakah lokasi berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada minimarket Andina?
4. Apakah keragaman produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada minimarket Andina?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah.

1. Menganalisis pengaruh harga terhadap keputusan pembelian pada minimarket Andina.
2. Menganalisis pengaruh pelayanan terhadap keputusan pembelian pada minimarket Andina
3. Menganalisis pengaruh lokasi terhadap keputusan pembelian pada minimarket Andina.
4. Menganalisis pengaruh keragaman produk terhadap keputusan pembelian pada minimarket Andina.

D. Manfaat Penelitian

Berdasarkan latar belakang, perumusan masalah serta tujuan dari penelitian ini, maka dapat diambil manfaat sebagai berikut.

1. Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat menjadi informasi dan referensi dalam pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya tentang keputusan pembelian. Serta sebagai bahan acuan untuk penelitian selanjutnya tentang faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian.
2. Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan untuk Minimarket Andina di Jl. Menco dalam meningkatkan kualitas pelayanan dan faktor-faktor yang mempengaruhi dari konsumen dalam keputusan pembelian.

E. Sistematika Penulisan Skripsi

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab ini berisi latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan skripsi.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini diuraikan tentang teori-teori yang digunakan yaitu pengertian keputusan pembelian, pengertian harga, pelayanan, lokasi dan keragaman produk, kerangka pemikiran, dan hipotesis.

BAB III : METODE PENELITIAN

Pada bab ini berisi tentang metode-metode penelitian, populasi dan sampel, instrumen penelitian, definisi operasional dan pengukuran variable penelitian, jenis dan sumber data, serta metode analisis data.

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini menguraikan tentang karakteristik responden yang menjadi obyek penelitian, analisis data dan pembahasan.

BAB V : PENUTUP

Pada Bab ini berisi tentang kesimpulan hasil penelitian dan saran.

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN